



---

## Karakteristik Demografi Pengguna Uang Elektronik di DKI Jakarta dan Kota Medan

### *Demographic characteristics of electronic money users in DKI Jakarta and Medan*

---

Submit: 13 Sep 2023

Review: 08 Jun 2024

Accepted: 18 Jun 2024

Publish: 23 Jun 2024

Dandy Kurnia<sup>1\*)</sup>; Hotniar Siringoringo<sup>2</sup>; Nurul Hidayah<sup>3</sup>

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memetakan karakteristik demografi pengguna uang elektronik di DKI Jakarta dan Kota Medan. Penelitian ini menggunakan 214 responden pelaku usaha di DKI Jakarta dan Medan yang telah menggunakan uang elektronik. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner dan dilakukan dengan tatap muka langsung. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk memetakan profil pengguna uang elektronik. Profil pelaku usaha di DKI Jakarta dan Medan yang berhasil diwawancarai didominasi oleh pelaku usaha berjenis kelamin laki-laki dengan usia lebih dari 35 tahun, menjalankan usahanya secara offline dan online, dan telah menggunakan uang elektronik selama 1 – 4 tahun. Kemudahan dalam bertransaksi menjadi faktor utama yang menjadi alasan para pelaku usaha menggunakan uang elektronik dalam bertransaksi dengan pelanggan.

**Kata Kunci:** Karakteristik Demografi, Uang Elektronik, UMKM

### Abstract

The aim of this research is to map the demographic characteristics of electronic money users in DKI Jakarta and Medan City. This research used 214 respondents from business actors in DKI Jakarta and Medan who have used electronic money. Data collection was carried out using a questionnaire instrument and was carried out face to face. The collected data was then analyzed using descriptive statistics to map the profile of electronic money users. The profile of business actors in DKI Jakarta and Medan who succeeded interviewed was dominated by male business actors and those aged over 35 years. Business actors run their businesses offline and online. Most business actors have been using electronic money for 1 – 4 years. Ease of transactions is the main factor that driving the business actors to use electronic money in transactions with customers.

**Keywords :** Demographic characteristics, Electronic Money, MSME

---

<sup>1</sup> “Faculty of Economic, Universitas Gunadarma, Jakarta”; [dandykurnia@staff.gunadarma.ac.id](mailto:dandykurnia@staff.gunadarma.ac.id)

<sup>2</sup> “Faculty of Industrial Technology, Universitas Gunadarma, Jakarta”; [hotniars@staff.gunadarma.ac.id](mailto:hotniars@staff.gunadarma.ac.id)

<sup>3</sup> “Faculty of Economic, Universitas Gunadarma, Jakarta”; [nurul\\_hidayah@staff.gunadarma.ac.id](mailto:nurul_hidayah@staff.gunadarma.ac.id)

\*) Correspondence

## **1. Pendahuluan**

Kondisi pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia sejak Maret 2020 berdampak pada perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Perubahan yang terjadi adalah pergeseran cara bertransaksi masyarakat dari yang awalnya melalui pembayaran secara tunai menjadi pembayaran secara non tunai. Salah satu cara pembayaran non tunai adalah menggunakan uang elektronik. Pergeseran dari pembayaran tunai ke bukan tunai, terutama penggunaan uang elektronik, menjadi semakin signifikan sebagai upaya untuk mengurangi kontak fisik dan mencegah penyebaran virus.

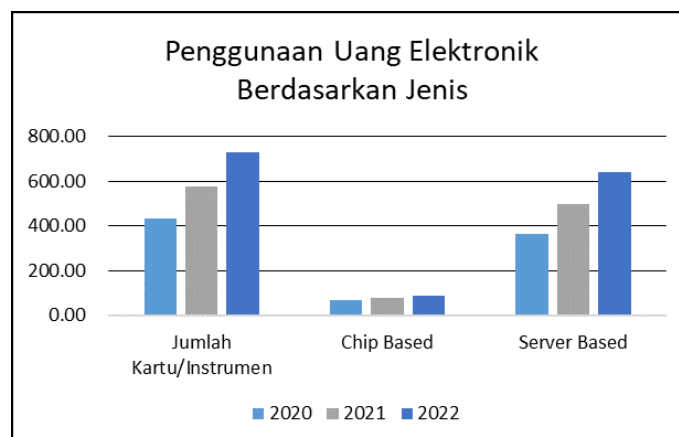
Merujuk pada peraturan Bank Indonesia nomor 23/6/2021 tentang penyedia jasa pembayaran, uang elektronik merupakan instrumen pembayaran yang diterbitkan atas dasar sumber dana berupa nilai rupiah yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan secara elektronik dalam media server atau chip. Karena sifat dari uang elektronik yang cashless, maka penggunaan uang elektronik dianjurkan sebagai upaya untuk mengurangi dan menanggulangi dampak dari pandemi Covid-19 di Indonesia. Dengan menggunakan uang elektronik, kontak fisik antara pelaku usaha dan pembeli dapat diminimalisir.

Di sisi lain, penggunaan uang elektronik pada saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Beberapa kebutuhan ini seperti untuk mempermudah transaksi transportasi daring, atau memudahkan menggunakan transportasi umum. Beberapa moda transportasi umum bahkan mewajibkan untuk melakukan transaksi dengan menggunakan uang elektronik seperti jasa kereta api communter line dan Trans Jakarta di DKI Jakarta. Transaksi pembayaran di pintu tol di area Jabodetabek telah diwajibkan menggunakan uang elektronik sejak 31 Oktober 2017. Model transaksi pembayaran ini juga berikutnya diikuti oleh penyedia jasa tol di seluruh Indonesia. Hal ini menunjukkan integrasi penggunaan uang elektronik yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kota besar seperti DKI Jakarta.

Berdasarkan data yang dirilis Bank Indonesia pada bulan April 2023, terdapat peningkatan penggunaan uang elektronik. Gambar 1 menunjukkan tren peningkatan penggunaan uang elektronik berdasarkan jumlah instrumen yang digunakan dalam bentuk chip based dan server based. Jumlah instrumen uang elektronik pada tahun 2020 adalah 432.280.000 unit. Pada tahun 2021 jumlah instrumen uang elektronik meningkat menjadi 575.320.000 unit. Pada tahun 2022 kembali meningkat menjadi 730.700.000 unit. Data terakhir pada Maret 2023 menunjukkan bahwa jumlah instrumen uang elektronik di Indonesia adalah 745.810.000 unit. Jumlah tersebut merupakan gabungan antara instrumen uang elektronik berbasis chip dan server. Data penggunaan uang elektronik chip-based pada Maret 2023 adalah sebanyak 93.050.000 unit. Sedangkan penggunaan uang elektronik server-based pada waktu yang sama adalah sebanyak 652.770.000 unit. Tren data mencerminkan adopsi yang luas di kalangan masyarakat selama pandemi.

Meski penggunaan uang elektronik di Indonesia secara umum meningkat di masa pandemi covid-19 dan setelahnya, namun masih banyak pelaku usaha yang belum menggunakan. Penelitian terkait adopsi sistem pembayaran uang elektronik pada pelaku usaha telah dilakukan diantaranya oleh Baraja dan Gunawan (2019), Suryanto dkk. (2022), dan Meuthia dkk.(2020). Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan uang elektronik pada pelaku usaha seperti kurangnya pemahaman tentang manfaat uang elektronik atau memiliki banyak tantangan teknis dalam implementasi

sistem pembayaran digital. Oleh sebab itu, diperlukan pemetaan penggunaan uang elektronik pada pelaku usaha.



Sumber: Bank Indonesia (2023)

Gambar 1. Penggunaan Uang Elektronik Berdasarkan Jenis (dalam juta unit)

Peneliti telah membahas penggunaan uang elektronik dalam bertransaksi. Penelitian yang dilakukan oleh Said dkk. (2021) membahas tentang analisis adopsi teknologi pembayaran elektronik di UEA berdasarkan variabel demografi. Penelitian ini menganalisis pengguna akhir pembayaran elektronik melalui analisis kuantitatif berdasarkan variabel demografi. Hasil dari penelitian ini menyoroti pemahaman yang lebih baik tentang variabel-variabel yang mengarah pada adopsi yang dapat berguna untuk mengembangkan strategi transformasi digital yang sukses dalam proses pembayaran di beberapa sektor berdasarkan perspektif sosio-teknis dan selaras dengan tren terkini layanan FinTech. Acker dan Murthy (2020) membahas tentang analisis deskriptif fitur sosial dalam platform pembayaran seluler. Hasil penelitian dapat merinci bagaimana layanan pembayaran seluler seperti Venmo mendukung praktik sosial, komunikasi digital, dan perdagangan dengan fitur sosial yang terdapat di platform media sosial.

Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Said dkk. (2021) dan Acker dan Murthy (2020) telah mengeksplorasi adopsi teknologi pembayaran elektronik di berbagai konteks geografis dan demografi. Namun, studi-studi ini umumnya berfokus pada negara-negara dengan infrastruktur digital yang sudah maju dan mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi di negara berkembang seperti Indonesia. Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti adopsi teknologi secara umum tanpa mengeksplorasi secara mendalam perbedaan karakteristik demografi pengguna di kota-kota besar Indonesia selama masa pandemi Covid-19. Hal ini menciptakan gap dalam literatur terkait pemahaman demografis yang spesifik di DKI Jakarta dan Medan.

Penelitian ini berupaya mengisi gap tersebut dengan melakukan pemetaan karakteristik demografi pengguna uang elektronik di dua kota besar di Indonesia, yaitu DKI Jakarta dan Medan, selama pandemi Covid-19. Sebagai dua kota besar di Indonesia, DKI Jakarta dan Medan memiliki karakteristik demografi dan infrastruktur teknologi yang berbeda. Penelitian ini akan memetakan karakteristik demografi pengguna uang elektronik di kedua kota ini selama pandemi, mengungkapkan perbedaan dan kesamaan dalam adopsi teknologi pembayaran.

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini tidak hanya mengevaluasi tingkat adopsi tetapi juga mengidentifikasi faktor-faktor demografis yang mempengaruhi penggunaan uang elektronik. Fokus spesifik pada periode pandemi memberikan nilai tambah dengan mengungkap dinamika perubahan perilaku yang relevan dengan situasi krisis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memetakan karakteristik demografi pengguna uang elektronik di DKI Jakarta dan Medan pada masa pandemi Covid-19, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi pembayaran ini. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai hambatan dan pendorong penggunaan uang elektronik di Indonesia, yang dapat berguna bagi pembuat kebijakan dan pelaku industri untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam mempromosikan pembayaran non tunai. Penelitian ini akan membahas tentang Karakteristik Demografi Pengguna Uang Elektronik di DKI Jakarta dan Medan pada Masa Pandemi Covid-19 yang merupakan penelitian awal dalam penelitian mengenai tren penggunaan uang elektronik di Indonesia.

## **2. Metodologi**

### **2.1. Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah profil dan persepsi pengguna uang elektronik. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Responden penelitian ini adalah pedagang yang melakukan kegiatan berjualan di DKI Jakarta dan Medan. Secara khusus responden penelitian kami adalah pedagang jenis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota DKI Jakarta dan Kota Medan. Kami tidak menggunakan teknik sampling dalam penelitian ini karena data yang dikumpulkan hanya disajikan dalam bentuk statistik deskriptif.

Kuesioner menelusuri profil responden seperti umur, jenis kelamin, domisili, lokasi toko, lama penggunaan uang elektronik, omzet penjualan tahunan, media penjualan online, uang elektronik yang umum digunakan, dan alasan penggunaan uang elektronik, tahun memulai usaha. Kuesioner diberikan melalui google form. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara tatap muka. Peneliti dan enumerator yang direkrut mewawancarai pedagang terpilih berdasarkan kuesioner yang dikembangkan. Sebelum pengumpulan data, enumerator yang direkrut dilatih tentang cara mendekati calon responden dan menggali data yang diinginkan. Beberapa data yang dikumpulkan mungkin tidak mudah diungkapkan oleh responden seperti pendapatan sehingga perlu melatih para enumerator untuk menggalinya dengan baik.

Wawancara diawali dengan perkenalan enumerator dan tujuan penelitian. Enumerator juga meminta kesediaan responden yang didekati untuk melakukan wawancara selama kurang lebih 10 menit. Jika responden yang didekati setuju maka wawancara dilakukan sekitar 10 menit. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif.

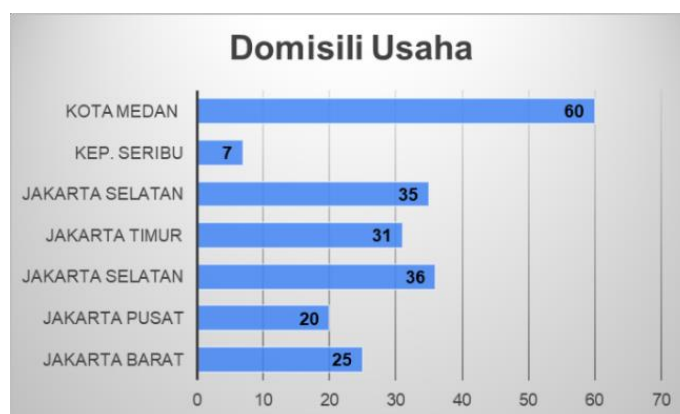
### **2.2. Metode Analisis**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dianalisis secara deskriptif yang didasarkan pada tingkat eksplanasinya. Analisis deskriptif dilakukan terhadap

karakteristik responden berdasarkan profil responden seperti umur, jenis kelamin, domisili, lokasi toko, lama penggunaan uang elektronik, omzet penjualan tahunan, media penjualan online, uang elektronik yang umum digunakan, dan alasan penggunaan uang elektronik, tahun memulai usaha.

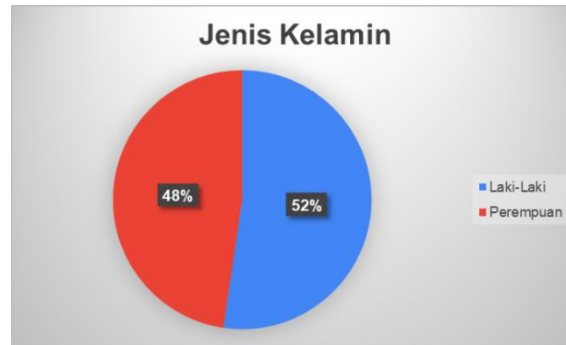
### 3. Hasil

Data yang berhasil dikumpulkan dari penyebaran kuesioner melalui tatap muka langsung dan pendistribusian *google form* di DKI Jakarta dan Kota Medan adalah dari 214 responden. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk melihat karakteristik pengguna uang elektronik di DKI Jakarta dan Kota Medan dari sisi pelaku usaha UMKM. Karakteristik yang pertama adalah jumlah pelaku usaha yang berdomisili di DKI Jakarta dan Kota Medan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2. Dari 214 responden pelaku usaha yang menggunakan uang elektronik di DKI Jakarta dan kota Medan, sebanyak 60 responden berasal dari kota Medan dan 154 responden berasal dari DKI Jakarta. Berdasarkan informasi yang diperoleh, penggunaan uang elektronik oleh pelaku usaha didukung oleh fasilitas yang telah memadai seperti ketersediaan alat, jaringan internet, dan kemudahan mendapatkan informasi terkait dengan penggunaan uang elektronik.



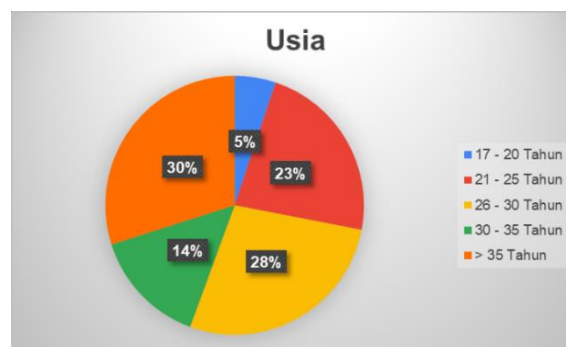
Gambar 2. Profil Pelaku Usaha Pengguna Uang Elektronik Berdasarkan Domisili

Gender adalah pembedaan peran, kedudukan, tanggung jawab, dan pembagian kerja berdasarkan jenis kelamin. Responden dari pelaku usaha di DKI Jakarta dan Medan yang berhasil diwawancarai didominasi jenis kelamin laki-laki. Gambar 3 menyajikan jumlah pelaku usaha DKI Jakarta dan Medan berdasarkan jenis kelamin. Dari 214 data pelaku usaha pengguna uang elektronik di DKI Jakarta dan Medan yang terkumpul, sebanyak 102 responden atau 48% berjenis kelamin perempuan dan sebanyak 112 responden atau 52% berjenis kelamin laki-laki. Sebanyak 28% perempuan dan 31% laki-laki menggunakan uang elektronik karena mudah dan praktis. Alasan lain yang diberikan perempuan adalah untuk memfasilitasi penerimaan pembayaran (25%), lebih cepat dan efisien (24%), serta lebih aman (22%). Sementara itu, laki-laki juga menyebutkan alasan lebih cepat dan efisien (27%), lebih aman (22%), dan memfasilitasi penerimaan pembayaran (20%).



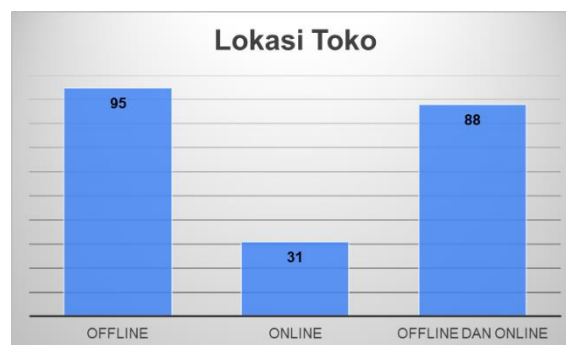
Gambar 3. Profil Pelaku Usaha Pengguna Uang Elektronik Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4 menunjukkan responden pelaku usaha di DKI Jakarta dan Medan yang berhasil diwawancarai berusia lebih dari 35 tahun sebesar 30%. Posisi kedua adalah pelaku usaha berusia 26 - 30 tahun dengan 28%. Jika dilihat data keseluruhan, usia pelaku usaha yang menjadi responden masuk ke dalam kriteria usia produktif. Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia usia produktif berada di rentang 20 - 59 tahun. Alasan penggunaan uang elektronik terbanyak pada usia lebih dari 35 tahun adalah mudah dan praktis.



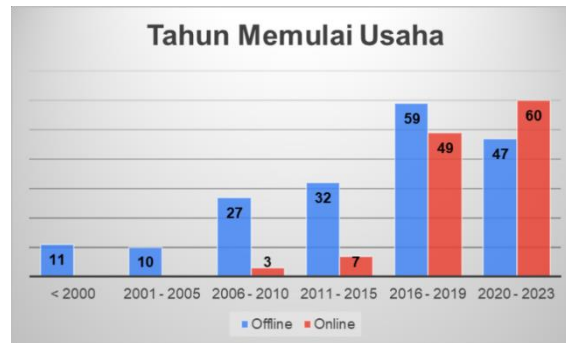
Gambar 4. Profil Pelaku Usaha Pengguna Uang Elektronik Berdasarkan Usia

Gambar 5 menyajikan data responden pelaku usaha berdasarkan lokasi toko. Data responden pelaku usaha di DKI Jakarta dan Medan berdasarkan lokasi toko menunjukkan jumlah pelaku usaha yang hanya menjalankan usaha secara *offline* sebanyak 95 responden. Pelaku usaha yang hanya menjalankan usaha secara *online* sebanyak 31 responden. Pelaku usaha yang menjalankan usahanya secara *offline* dan *online* adalah sebanyak 88 responden. Alasan utama pelaku usaha menggunakan uang elektronik, baik yang menjalankan usaha secara offline, online, maupun gabungan keduanya, adalah karena mudah dan praktis.

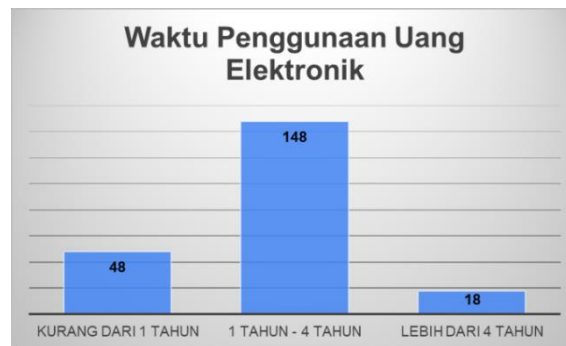


Gambar 5. Profil Pelaku Usaha Pengguna Uang Elektronik Berdasarkan Lokasi Toko

Gambar 6 menyajikan data responden pelaku usaha berdasarkan tahun memulai usaha. Data responden pelaku usaha di DKI Jakarta dan Medan yang menggunakan uang elektronik memulai usaha offline mulai dari tahun kurang dari 2000 sebanyak 11 responden. Sedangkan usaha secara online baru dimulai sejak tahun 2010. Puncak tahun memulai usaha secara online berada direntang tahun 2020 – 2023 sebanyak 60 responden.

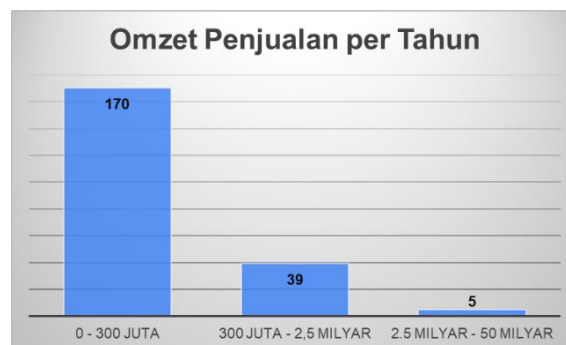


Gambar 6. Profil Pelaku Usaha Pengguna Uang Elektronik Berdasarkan Tahun Memulai Usaha



Gambar 7. Profil Pelaku Usaha Pengguna Uang Elektronik Berdasarkan Waktu Penggunaan Uang Elektronik

Gambar 7 menyajikan data responden pelaku usaha berdasarkan tahun menggunakan uang elektronik. Berdasarkan waktu penggunaan uang elektronik, data didominasi oleh responden yang telah menggunakan uang elektronik selama 1 – 4 tahun sebanyak 148 responden. Sebanyak 48 responden mengaku baru 1 tahun terakhir menggunakan uang elektronik. Sebanyak 18 responden mengaku telah lebih dari 4 tahun. Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik meningkat dalam 4 tahun terakhir.



Gambar 8. Profil Pelaku Usaha Pengguna Uang Elektronik Berdasarkan Omzet Penjualan Per Tahun

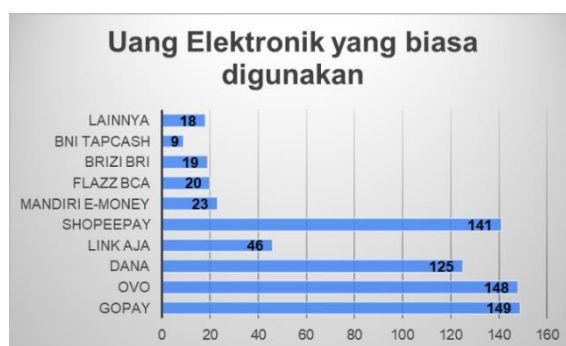


Gambar 8 menyajikan data responden pelaku usaha berdasarkan omzet penjualan pertahun. Data responden pelaku usaha di DKI Jakarta dan Medan berdasarkan penerimaan dari penjualan per tahun menunjukkan bahwa responden didominasi oleh pelaku usaha dengan penerimaan sebesar 0 – 300 juta per tahun. Menurut UU UMKM di Indonesia omzet sebesar 0 – 300 juta per tahun termasuk ke dalam kriteria usaha mikro. Sebanyak 39 responden memiliki penerimaan 300 juta – 2.5 Miliar per tahun dan termasuk ke dalam kriteria usaha kecil. Sebanyak 5 responden memiliki penerimaan 2.5 – 50 Miliar dan termasuk ke dalam kriteria usaha menengah.



Gambar 9. Profil Pelaku Usaha Pengguna Uang Elektronik Berdasarkan Media Berjualan Online

Gambar 9 menyajikan data responden pelaku usaha berdasarkan media yang digunakan untuk berjualan secara *online*. Dapat dilihat pada Gambar 9 bahwa responden pelaku usaha di DKI Jakarta dan Kota Medan paling banyak menggunakan Shopee sebagai media berjualan secara online, yaitu sebanyak 77 responden. Shopee pada kuartal 1 tahun 2023 menduduki peringkat pertama jumlah pengunjung dalam satu bulan yaitu sebesar 158 juta kunjungan (Katadata, 2023). Untuk layanan pesan antar makanan, banyak pelaku usaha yang memanfaatkan GoFood sebagai media untuk berjualan secara Online. GoFood merupakan salah satu menu dari Aplikasi Gojek yang berfungsi untuk melayani pesan antar makanan. Gambar 10 menyajikan data responden pelaku usaha berdasarkan uang elektronik yang biasa digunakan.

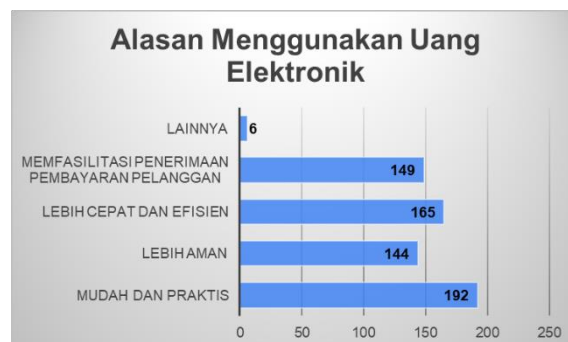


Gambar 10. Profil Pelaku Usaha Pengguna Uang Elektronik Berdasarkan Uang Elektronik yang Biasa Digunakan

Merujuk pada data di Gambar 10, uang elektronik yang banyak digunakan oleh pelaku usaha di DKI Jakarta dan Medan adalah GOPAY, OVO, dan ShopeePay. Pelaku usaha lazimnya menyediakan lebih dari satu penerbit uang elektronik sebagai alternatif pelanggan dalam bertransaksi. Hal ini dilakukan untuk mengakomodir preferensi pelanggan dalam memilih uang elektronik yang akan digunakan untuk bertransaksi.

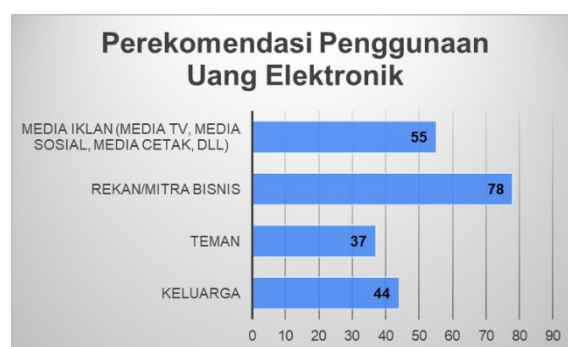


Gambar 11. menyajikan profil responden yang telah menggunakan uang elektronik berdasarkan alasan menggunakan uang elektronik. Mayoritas pelaku usaha yang telah menggunakan uang elektronik merasa bahwa menggunakan uang elektronik mudah dan praktis. Kemudahan dan kepraktisan memang menjadi keunggulan dari metode pembayaran dengan uang elektronik dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional. Bagi responden yang menjalankan usaha melalui media daring, alasan menggunakan uang elektronik adalah memfasilitasi penerimaan pembayaran dari pelanggan. Keberadaan uang elektronik dapat menjadi alternatif pembayaran bagi pelanggan selain menggunakan transfer bank dan secara tunai.



Gambar 11. Profil Pelaku Usaha Pengguna Uang Elektronik Berdasarkan Alasan Menggunakan Uang Elektronik

Gambar 12 menyajikan profil responden yang telah menggunakan uang elektronik berdasarkan pihak yang merekomendasikan menggunakan uang elektronik. Rekan/mitra bisnis menjadi pihak yang dominan merekomendasikan untuk menggunakan uang elektronik. Selain itu, media iklan juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pelaku usaha untuk menggunakan uang elektronik. Iklan yang dilakukan para penerbit uang elektronik, baik di media televisi maupun di media sosial dapat menarik seseorang untuk menggunakan uang elektronik.



Gambar 12. Profil Pelaku Usaha Pengguna Uang Elektronik Berdasarkan Pihak Yang Merekomendasikan Menggunakan Uang Elektronik.

#### 4. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alasan penggunaan uang elektronik pada laki-laki dan perempuan adalah karena mudah dan praktis. Hasil ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Said dkk. (2021) yang menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik tidak berbeda pada perempuan dan laki-laki.

Alasan utama penggunaan uang elektronik berdasarkan usia pada penelitian ini adalah mudah dan praktis. Beberapa peneliti menunjukkan bahwa kemudahan signifikan mempengaruhi penerimaan uang elektronik (Chawla & Joshi, 2019; Flavian & Guinaliu, 2020; Leong et al., 2019; Mulia & Gunawan, 2023; Syaiful & Pravitasari, 2022; Umah & Siswahyudianto, 2022; Yunusi & Friyatmi, 2022). Semakin berkembangnya e-commerce di Indonesia menjadi salah satu opsi pelaku usaha dalam menjalankan usaha. Penjualan secara online baik melalui e-commerce, media sosial, dan website memberikan jangkauan penjualan yang lebih luas jika dibandingkan usaha yang hanya dijalankan secara offline yang mengandalkan toko fisik. Hal inilah yang menyebabkan banyak penjual yang menjalankan usahanya secara offline dan online.

Puncak tahun memulai usaha secara online berada direntang tahun 2020 – 2023. Para pelaku usaha mengaku memulai usaha secara online sejak Indonesia dilanda pandemi Covid-19. Pada masa Covid-19 pemerintah memberlakukan pembatasan sosial skala besar, hal ini menyebabkan toko tempat usaha ditutup sementara. Para pelaku usaha kemudian membuka toko secara online agar usaha dapat terus berjalan. Selain itu, banyaknya perusahaan yang tutup karena terdampak covid-19 menyebabkan banyak karyawan yang diberhentikan dari pekerjaan. Hal tersebut juga menjadi alasan beberapa pelaku usaha membuka usaha secara online. Pandemi Covid-19 juga mendorong penggunaan uang elektronik dari sisi pelaku usaha.

Berdasarkan waktu penggunaan uang elektronik, data didominasi oleh responden yang telah menggunakan uang elektronik selama 1 – 4 tahun. Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik meningkat dalam 4 tahun terakhir. Hal ini sesuai dengan data bank Indonesia yang ditunjukkan Gambar 1. bahwa penggunaan uang elektronik meningkat pesat mulai tahun 2020, tahun dimana terjadinya pandemic covid-19. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk melihat perilaku penggunaan uang elektronik di masa pandemi, seperti penelitian yang dilakukan oleh Ratu dkk. (2022), Wijaya dkk. (2021), Nabila dan Aslami (2022), dan Syaiful dan Pravitasari (2022).

Pelaku usaha lazimnya menyediakan lebih dari satu penerbit uang elektronik sebagai alternatif pelanggan dalam bertransaksi. Hal ini dilakukan untuk mengakomodir preferensi pelanggan dalam memilih uang elektronik yang akan digunakan untuk bertransaksi. Preferensi pelanggan dalam memilih uang elektronik dapat disebabkan oleh promosi yang dilakukan pihak penerbit uang elektronik. Beberapa penelitian yang meneliti tentang pengaruh promosi terhadap penggunaan uang elektronik telah dilakukan oleh Mulia dan Gunawan (2023) dan Umah dan Siswahyudianto (2022). Selain faktor promosi, faktor yang dapat mempengaruhi untuk menggunakan uang elektronik adalah kemudahan (Yunusi & Friyatmi, 2022).

## **5. Kesimpulan**

Profil penjual di DKI Jakarta dan Medan didominasi oleh laki-laki dan didominasi oleh usia di atas 35 tahun. Penjual menjalankan bisnisnya secara offline dan online. Shopee merupakan media penjualan online yang paling banyak digunakan oleh responden. Omzet penjualan dalam satu tahun didominasi oleh penjual dengan omzet 0-300 juta rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh penjual dengan skala usaha mikro.

Kebanyakan penjual sudah menggunakan uang elektronik selama 1-4 tahun. Kolega/mitra usaha merupakan pihak dominan yang merekomendasikan penggunaan uang elektronik. ShopeePay, Gopay, dan OVO merupakan uang elektronik yang banyak disediakan dan digunakan oleh pelaku usaha untuk bertransaksi dengan pelanggan. Mayoritas pelaku usaha yang pernah menggunakan uang elektronik merasa penggunaan uang elektronik itu mudah dan praktis. Selain itu, alasan pelaku usaha melakukan transaksi menggunakan uang elektronik adalah untuk memudahkan penerimaan pembayaran dari pelanggan. Keberadaan uang elektronik dapat menjadi alternatif pembayaran bagi nasabah selain menggunakan transfer bank dan tunai.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji dengan menambahkan model penerimaan penggunaan uang elektronik oleh pelaku usaha (Kurnia et al., 2020). Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan alat analisis lain seperti analisis faktor dan Structural Equation Modeling (SEM) (Kurnia et al., 2023).

## Daftar Pustaka

- Acker, A., & Murthy, D. (2020). What is Venmo? A descriptive analysis of social features in the mobile payment platform. *Telematics and Informatics*, 52. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101429>
- Adhelia, P. S. S., & Hendratno, H. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Chip (studi Kasus Pada Masyarakat Usia Produktif Di Provinsi Dki Jakarta). *eProceedings of Management*, 7(3).
- Baraja, Y. A., & Gunawan, J. (2019). Identifikasi karakteristik merchant dalam mengadopsi layanan mobile payment studi kasus: merchant ovo dan merchant gopay di surabaya. *Jurnal Sains dan Seni*, 8(2), 405-410.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India - An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590-1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Flavian, C., & Guinalíu, M. (2020). Mobile payments adoption - introducing mindfulness to better understand consumer behavior . *International Journal of Bank Marketing*, 38(7).
- Kurnia, D., Siringoringo, H., & Sudaryanto. (2020). Conceptual model of merchant intention to use e-money. *Peradeniya Management Review*, 02 (4).
- Leong, L.-Y., Hew, T.-S., Ooi, K.-B., & Wei, J. (2019). Predicting mobile wallet resistance: A two-staged structural equation modeling-artificial neural network approach. *International Journal of Information Management*, 51(2).
- Meuthia, R. F., Ananto, R. P., & Afni, Z. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat umkm terhadap penggunaan uang elektronik di kota padang. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 15(1), 143-155.
- Misire, E. A., Wijayanto, D., & Uslianti, S. (2020). Unified theory of technology acceptance and use of technology (utaut2) sebagai model penerimaan terhadap eksistensi uang elektronik dalam pembayaran bbm pertamina di spbu Pontianak, *Jurnal TIN Universitas Tanjungpura*, 4(1).

- Mulia, H., & Gunawan, C. (2023). Dampak promosi dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik. *Marketgram Journal*, 1(1), 1-10.
- Nabila, V. S., & Aslami, N. (2022). Implementasi penggunaan e money pada ecommerce di masa pandemi sebagai pendukung less cash society, *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2 (1), 1716-1725.
- Organ, D. W., Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (2006). *Organizational Citizenship Behavior: Its Nature, Antecedents, and Consequence*. Sage.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/6/PBI/2021 tentang Penyedia Jasa Pembayaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 147, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6692).
- Ratu, I. K., Fasa, M. I. F., & Suharto. (2022). Meningkatnya transaksi pembayaran uang elektronik berbasis server dimasa pandemi covid-19 berdasarkan perspektif syariah. *Jurnal An-Nisbah*, 3(1), 63-82. <https://doi.org/10.17977/um066v1i22021p135-145>
- Said, R., Najdawi, A., & Chabani, Z. (2021). Analyzing the adoption of e-payment services in smart cities using demographic analytics: the case of dubai. *Advances in Science, Technology and Engineering Systems Journal*, 6(2), 113-121. <https://doi.org/10.25046/aj060214>
- Suryanto, S., Muhyi, H. A., & Kurniati, P. S. (2022). Penggunaan digital payment pada usaha mikro, kecil, dan menengah. *AdBispreneur*, 7(1), 55. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v7i1.39452>
- Syaiful, A., & Pravitasari, A. S. (2022). Analisis preferensi penggunaan uang elektronik dalam transaksi ekonomi masyarakat pada masa pandemi covid-19 di kabupaten bojonegoro. *Jurnal Ekonomi Manajaemen dan Sosial* 5(2).
- Umah, U. N., & Siswahyudianto, S. (2022). Pengaruh promosi, kemudahan, dan kegunaan terhadap keputusan penggunaan dompet digital shopeepay pada mahasiswa jurusan manajemen bisnis syariah angkatan 2018. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 329-339. <https://doi.org/10.34308/EQIEN.V10I2.606>
- Wijaya, Yuli, A., Mukhlis, I., & Seprillina, L. (2021). Analisis pengaruh E-money, volume transaksi elektronik dan suku bunga terhadap jumlah uang beredar di Indonesia pada masa sebelum dan sesudah pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(2), 135-145. <https://doi.org/10.17977/um066v1i22021p135-145>
- Yunusi, R. P., & Friyatmi. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Fasilitas Uang Elektronik Terhadap Keputusan Menggunakan Untuk Belanja Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang di Masa Pandemi Covid - 19. *Jurnal Ecogen*, 5(3), 466-473. <https://doi.org/10.24036/JMPE.V5I3.12857>